

# 顶尖智慧

全球 100 名杰出企业家成功宝典

单 宝 编著



中国国际广播出版社





# 目 录

导 言.....	员
----------	---

## 上 创 业 篇

美国汽车大王——亨利·福特 .....	苑
美国石油大王——约翰·洛克菲勒 .....	缘
美国钢铁大王——安德鲁·卡内基 .....	獾
波音航空帝国的缔造者——威廉·波音 .....	獾
美国摩托罗拉公司创始人——保罗·高尔文 .....	濂
美国柯达公司创始人——乔治·伊斯曼 .....	缘
全球零售业大王——萨姆·沃尔顿 .....	缘
杰出的美国女企业家——玛丽·凯 .....	源
德国电子王国缔造者——维也纳·冯·西门子 .....	遛
“汽车之父”——卡尔·本茨 .....	獾
世界体育用品大王——阿迪·达斯勒 .....	愿
德国零售业巨头——阿尔布雷希特兄弟.....	缘
英荷壳牌石油公司创始人——马科斯·塞缪尔 .....	愿
荷兰电器王国创始人——飞利浦兄弟.....	愿
全球家具大王——英格瓦 .....	员
法国时装大王——皮尔·卡丹 .....	员
路透社的创始人——路透 .....	员

- 圆 泰国金融巨子——陈弼臣 ..... 员 怨
- 圆 日本“经营之神”——松下幸之助 ..... 员 猿
- 圆 日本索尼公司创始人——盛田昭夫 ..... 员 猿
- 圆 日本本田公司创始人——本田宗一郎 ..... 员 怨
- 圆 韩国三星企业集团创始人——李秉哲 ..... 员 缘
- 圆 韩国现代企业集团创始人——郑周永 ..... 员 猿
- 圆 香港超级富豪——李嘉诚 ..... 员 苑
- 圆 香港工商业巨子——霍英东 ..... 员 源
- 圆 香港船王——包玉刚 ..... 员 园
- 圆 台湾塑胶大王——王永庆 ..... 员 缘
- 猿 中国民族实业家的先驱——荣氏兄弟 ..... 员 愿
- 猿 中国火柴大王——刘鸿生 ..... 员 愿
- 猿 中国爱国船王——卢作孚 ..... 员 愿
- 猿 中国新一代创业者代表——张朝阳 ..... 员 愿

## 中 创 富 篇

- 猿 美国华尔街盟主——约翰·皮尔庞根·摩根 ..... 圆 猿
- 猿 美国卡通大王——沃特·迪斯尼 ..... 圆 怨
- 猿 全球快餐大王——克罗克 ..... 圆 源
- 猿 剃刀王国缔造者——金·坎普·吉列 ..... 圆 员
- 猿 世界旅馆大王——唐拉德·希尔顿 ..... 圆 苑
- 源 世界复印机大王——威尔森 ..... 圆 园
- 源 点石成金的企业家——尤伯罗斯 ..... 圆 苑
- 源 全球软件大王——比尔·盖茨 ..... 圆 园
- 源 甲骨文公司创始人——拉里·埃里森 ..... 圆 猿
- 源 世界运动鞋大王——菲尔·耐克 ..... 圆 缘
- 源 世界头号投资家——沃伦·巴菲特 ..... 圆 园

源	美国林证券公司创始人——美利欧 .....	猿
源	全球金融杀手——乔治·索罗斯 .....	猿
源	创建网络王国的年轻人——杨致远 .....	猿
源	制造富豪排行榜的富豪——马孔·福布斯 .....	猿
缘	全球传媒业大王——鲁特·默多克 .....	猿
缘	德国宝马公司的杰出董事长 ——埃伯哈德·屈内姆 .....	猿
缘	希腊船王——奥纳西斯 .....	猿
缘	英国维珍集团董事长——理查德·布兰森 .....	猿
缘	英国美容皇后——罗蒂克·安尼塔 .....	猿
缘	沙特科技投资王子——阿瓦里德 .....	猿
缘	印度首富——阿吉姆·普列姆吉 .....	猿
缘	印度尼西亚华裔巨富——林绍良 .....	猿
缘	新加坡华裔巨富——郭芳枫 .....	猿
缘	日本方便面大王——安藤百福 .....	猿
远	日本企业界怪杰——堤义明 .....	猿
远	日本信息革命的英雄——孙正义 .....	猿
远	香港地产大王——李兆基 .....	猿
远	香港珠宝大王——郑裕彤 .....	猿
远	香港领带大王——曾宪梓 .....	猿
远	澳门赌王——何鸿燊 .....	猿
远	台湾超级富翁——蔡万霖 .....	猿
远	中国饲料大王——刘永好 .....	猿
远	中国农民企业家——鲁冠球 .....	猿

## 下 创 新 篇

远	杜邦公司继往开来者——皮埃尔·杜邦 .....	猿
---	-------------------------	---

- 苑使克莱斯勒公司起死回生的总裁  
——李·亚科卡 ..... 猿园
- 苑美国通用汽车公司杰出董事长  
——罗杰·史密斯 ..... 猿苑
- 苑最杰出的公司领袖——杰克·韦尔奇 ..... 源园
- 苑阿口可乐公司杰出总裁——罗伯特·戈伊祖塔 ... 源怨
- 苑重振麦当劳公司雄风的总裁——迈克尔·昆兰 ... 源源
- 苑微波电信总裁——麦高文 ..... 源怨
- 苑英特尔公司杰出总裁——安迪·格罗夫 ..... 源源
- 苑圆融公司杰出领袖——汤姆·沃森 ..... 源怨
- 苑苹果公司奇迹的创造者——斯坦夫·乔布斯 ..... 源缘
- 苑美国思科公司首席执行官——钱伯斯 ..... 源园
- 愿全球电脑直销大王——迈克尔·戴尔 ..... 源缘
- 愿全球电子商务之父——杰夫·贝佐斯 ..... 源园
- 愿美国电子港湾网领航人——梅格·惠特曼 ..... 源缘
- 愿美国奥美广告公司创始人——大卫·奥格威 ..... 源园
- 愿美国媒体天才——特德·特纳 ..... 源缘
- 愿德国大众新总裁——费迪南·皮埃切 ..... 源怨
- 愿德国奔驰新领袖——尤尔根·施伦普 ..... 源源
- 愿创造诺基亚神话——约尔马·奥利拉 ..... 源怨
- 愿印度塔塔集团的第三代领袖——允砸 阅塔塔 ..... 源源
- 愿印度软件业的核心人物——纳拉亚纳·穆尔蒂 ... 源园
- 怨泰国农畜巨子——谢国民 ..... 源源
- 怨亚洲“企业皇后”——郑绵绵 ..... 源怨
- 怨率领日本丰田大跃进——奥田广弘 ..... 缘猿
- 怨把日产公司拉出死亡边缘的人  
——卡洛斯·戈恩 ..... 缘苑

怨	日本最大移动通信公司的开拓者 ——立川敬二 .....	缘
怨	韩国三星集团的改革派——李健熙 .....	缘
怨	续写荣氏家族新篇章的企业家——荣智健 .....	缘
怨	香港“小超人”——李泽楷 .....	缘
怨	台湾半导体大王——张忠谋 .....	缘
怨	中国“联想”集团创始人——柳传志 .....	缘
怨	中国“海尔”集团带头人——张瑞敏 .....	缘



# 导 言



## 一、企业家：企业核心竞争力的“核心”

企业核心竞争力是当前企业管理领域的研究热点。如何提升企业核心竞争力的看法众说纷纭，但都或多或少忽视了企业家的作用。从企业核心竞争力理论出发，具有不可模仿性与难以获取性的企业家人力资本是构成企业核心竞争力的“核心”，这是不容置疑的。

### 一、企业家与企业核心竞争力的关系

#### 1) 企业家是企业核心竞争力的核心资源

所谓企业核心竞争力，又叫企业核心能力或核心专长，就是拥有别人所没有并能为企业带来竞争优势的资源，这个资源可以是人力、产品、技术、服务、流程、企业文化及价值等。

企业家，尤其是创新型企业家，则是现代经济社会的特殊资源、企业的核心资源，具有稀缺性、能动性和长期性的性质。企业家是稀缺性资源。企业家决策不仅要求起码的计算能力，还要求具有先他人发现那些未曾被注意到的、潜在的、更有价值的能力，而且能够迅速采取不被他人所知的手段和方法。因此，企业家是一种具有高技能的阶层，不可替代。在欠发达国家，缺乏企业家，由政府官员代行企业家职能，效果都很差。企业家是能动性资源。在经济成长阶段的更替中，主导部门轮流登上产业历史舞台，而企业家就是在既定发展阶段、既定主导部门的领头“中心人物”。他们不是消极地适应经济发展所需，而是积极主动地推动经济前进之潮。企业家又是长期性资源。企业家是现代企业经济车轮转动的轴心，是创造效用的主体。伴随着现代企业的发展，企业家从企业主中独立出来，成为一个特有的集团。只要现代企业存在一天，企业家的生命就不会中止，他们会长期存在下去。也可以这样说，企业家是市场经济中一种活的资源，是能够配置其他资源的资源，是能够活化其他资源的资源，是企业核心竞争力的核心资源。

1985年在瑞士达沃斯举行的世界经济变革问题讨论会上，与会专家一致认为：“世界正处于一个新时代的开端，这个新时代可称为企业家时代。”转眼间 15 多年过去了，在今天大家越来越深切体会到，企业家在经济中的作用越来越突出。

### 圆 企业核心竞争力是企业家的竞争法宝

“企业家”一词源于法文，原意带有冒险家的意思。现在，在英语中，企业家一词意为创建企业并担任经营管理职责的指挥者。也就是说，企业的创建及经营管理的成败与否，关键在于企业家。对于企业家来说，企业是什么？企业是他的归宿，是他向世人展示其价值的社会大舞台，创造最多的财富，让尽

可能多的消费者乐于使用他的产品，为尽可能多的人才提供工作与快乐的机会，真正的企业家便是以这样的动机来设计组件的人生。

企业家竞争制胜的法宝是什么呢？最主要的就是企业核心竞争力。企业核心竞争力就好比大树的根系，大树有了发达的根系，才会枝繁叶茂，结出丰硕的果实，如果没有发达的根系，便失去了牢固的根基，更谈不上什么果实了。一个企业如果不发展其核心竞争力，就形同一棵无根之树，在竞争激烈的市场中是难以生存并发展下去的。而企业家则是为大树的根系进行施肥、浇水的精心栽培者。企业核心竞争力有三个特征：一是用户价值，即必须对顾客所最看重的价值——顾客的核心利益作出关键性的贡献，能够给最终用户带来实惠。二是独特性，即在竞争的差异化优势方面，能使竞争表现出自己独特之处，而这个独特优势不易被竞争对手所模仿。三是延展性，即能够通过向外辐射，不断拓展出新产品、开发出新市场，具有旺盛和持久的生命力。企业家经营管理的企业，如果不具备以上企业核心竞争力的三个特征，企业就没有竞争力，企业家就可能被淘汰出局。

由此可见，企业家与企业核心竞争力的关系休戚相关、密不可分。没有企业家，就不可能有企业核心竞争力的培育、管理和保护；没有企业核心竞争力，也就不可能有企业家的成长、发展和成功。

### （四）培育企业家以提高企业核心竞争力

#### 1. 确立企业家在企业中的中心地位

企业是经济组织、是价值增值的实体、是经营活动的场所，而不是政治组织、不是权力分配的实体、更不是阶级斗争的阵地。企业的性质决定了企业家必然是企业之主，这完全符

合逻辑的选择。其一，要明确企业家在企业中的中心地位。应该在经济立法上明确厂长、经理的“法人代表”的地位和资格，从法律上保护企业家的中心地位不受各方面势力的侵犯。并且，要大造企业家是企业中心的舆论，把企业家中心论讲清讲透、人人皆知。其二，要让企业家拥有相应的经营管理指挥权。从经营角度讲，企业家要有要素选择权、要素组合权、产品销售权、收入初次分配权；从创新角度讲，企业家要有进行组织、市场、管理以及技术、产品创新的权力。其三，要给予经营有方的成功企业家以高额报酬。资源按稀缺程度论价是经济学的基本信条。企业家是一种特殊的资源要素，是经济资源中最为珍贵的资源之一，是一种“价值量”极高的生产要素。为什么一个与发达国家面临同样的国际经济环境、拥有丰富自然资源的发展中国家，经济起飞如此艰难？除了历史的、社会的一些因素外，很重要的原因就是缺乏企业家资源。为此，这些国家不得不与国外企业家合作，请外国企业家来经营自己的企业。既然企业家在经济活动中如此重要，又如此缺乏，那么给予其高额报酬是理所当然的。

### 圆 完善企业家的形成机制

在中国，企业家是最稀缺的资源，我们需要造就千千万万个企业家，这就必须完善企业家的形成机制。这包括：一是生长机制。企业家的生长是外因作用于内因、内因能动变化的结果。一方面现代经济的开放化和技术进步，给企业家生长创造了外部条件，形成一个大的生态环境。经济开放带来了新的信息流和物质流，好比新鲜空气和阳光。技术进步为企业家提供了不断创新的机会和条件，好比肥料和水分。这一变动性的充满生气的生长环境，是企业家生长机制的外部条件。另一方面，企业家成长取决于企业家对外部环境变化的反应。只有那

些对新的成长机会做出积极响应的企业家，才能登上以开放和技术为两只轮子的不断前进的“经济列车”。这就必须不断吸收新的因子，改变自身的智能结构，保持与外部经济系统的平衡。正像自然界的动植物生长一样，生长行为是内外部因素互为条件、互相作用的结果。二是选择机制。企业家作为一种重要的人才资源，也有一个是否得到合理配置的问题。有效率的配置会使企业家如鱼得水，不合理的安排会使企业家束缚手脚。企业家的良性选择应该是双向、自愿的平等选择。双向，是讲企业家可以自由选择适合自己发展的企业，企业可自由选择自己需要的企业家，两者意志的均衡点，就是企业家在经济坐标上应占据的位置。自愿，是讲企业家与企业相互选择中均出于理性的经济行为，没有超经济的第三种力量介入，比如行政指派企业并不需要的厂长，不允许企业家合理流动等。平等，是讲企业家的双向选择都是作为具有独立人格身分谈判的公正的互利行为。双向的而不是单向的、自愿的而不是强迫的、平等的而不是有失公平的，企业家选择机制，可以使企业家迅速进入经济生活中的既定位置，发挥自己的创造力，为企业发展提供经久不息的推动力。

### 猿 培育企业家的创新精神

古今中外，任何一个成功企业家，他们的行为最突出的特征就是创新。按照经济学家熊彼特的观点，企业家的职能是“创造性破坏”，“企业是实现新的生产要素组合的经营单位，而企业家是实现生产要素组合的人”。这种组合，并不是对原有组合方式的简单重复，而是一种创新。通过这种重新组合，建立新的企业生产函数，即创制新产品，采用新的生产方法，开辟新的市场，控制原材料的新供应来源等。创新是企业家区别于一般管理者的本质特征。创新的核心就是在符合客观事物

发展规律的前提下，想别人没有想到的，干别人不敢干的事。如果没有创新，企业就难以发展，不去创新，企业家的生命也就走到了尽头。创新作为企业家的灵魂，其基本模式可以表述为：富有进取精神，不因循守旧；敢冒一定风险，背离一般的规范标准；依靠个人的直觉判断行事；在决策中起领导和创新作用。因此，企业家要具备创新精神，首先必须突破传统观念、传统习俗的束缚，不断接受新事物、新观念、新思想。其次要敢想敢干、勇于开拓，以创新思维不断开展创新活动。具体体现在以下几个方面：兴趣广泛，对新生事物具有强烈的好奇心，往往能从平凡中发现奇特，发掘出潜在的价值；具有创意和开放的思想；富有独立意识，对现成事物不盲从，不随波逐流，而有自己独到的见解；具有创造性的记忆，使记忆片段相互联系，相互组合，具有跳跃的流动性；能够非常自信地克服困难，并大胆地抓住机遇，锲而不舍，直到成功；善于敏锐地观察到旧事物的缺陷，准确地捕捉新事物的萌芽，提出大胆新颖的设想，进行周密论证，制订出可行的方案付诸实施；善于在企业内营造一个鼓励大家创新的环境，形成具有创新精神的企业文化。

### 源 构建企业家的社会资本

所谓社会资本，是指存在于社会结构之中，通过行动者进行交易与协作等特定活动而产生效益的资源，这些资源表现为社会网络及其某些特征，诸如信任与规范。企业家的社会资本，就是其在社会价值规范下拥有的关系网络的价值。企业家社会资本思想的提出，是企业发展在现代竞争环境下的一种必然选择，是追寻提升企业核心竞争力的结果。企业家社会资本是企业核心竞争力的一个重要方面，它对于企业资源的获取、组合和产品、服务的交易都具有不可替代的功能，尤其是网络

时代随着企业国际化进程的加剧，其作用更加突出。如何构建企业家的社会资本？一是正确理解企业家的社会资本。企业家社会资本不能等同于“拉关系”、“走关系”。企业家的关系网络并不能全部归于社会资本，社会资本含有社会规范和群体范式，那些与社会价值规范和企业范式冲突的裙带关系、犯罪网络都只能阻碍社会政治、经济和文化的发展。它们根本不是社会资本，而是社会资本的“赤字”。二是企业家要不断提高自身的信用和信誉水平以提高自身的社会资本。我国企业家的信用和信誉水平比较低，企业经营者利用信息的不对称性欺骗顾客、股民、银行、政府等现象极为普遍。提高企业家的信用和信誉水平已是刻不容缓，这样才能应付下一轮的竞争和创新。三是全面构建企业家关系网络。企业家要从市场的观念出发，精心构造企业的市场网络、内组织网络、企业的环境网络和企业个人网络。四是引导社会价值、塑造群体范式，这已经成为构造企业核心竞争力的先决条件。经济转型使员工的主人翁意识普遍丧失，企业家被称为“老板”，工作叫“打工”，即使在中层管理者中也普遍存在着“当一天和尚撞一天钟”的临时性观念。当前我国企业家如何去建设企业团队，建立员工的社会责任感，发掘和培养企业组织惯例也就关系到企业核心竞争力的培育与增强。

## 二、提升企业家的人格魅力

国内外大量的实践证明，全球化市场的主体是企业，而企业的舵手是企业家，每个成功的企业都拥有一个以企业家为核心的高素质的经营管理者群体来支撑。其中，企业家的人格魅力是企业家素质修养的重要组成部分。

人格包括人格倾向性和人格心理特征两个方面：人格倾向

性是指决定人的态度和行为的动力系统，包括需要、动机、兴趣、理想、态度、意志、信念以及价值观等；人格心理特征是指心理活动中表现出来的比较稳定的成分，包括气质、性格和能力等。以上两部分虽然都是非智力因素，但对现实活动起着决定性作用。企业家的人格魅力，是指企业家主要由非智力因素体现的人格的感召力、影响力及凝聚力。那么，如何提升企业家的人格魅力呢？

### 一、激发成就动机

在一定的需要基础上产生的动机是一切行为的原动力。企业家要想有所成就，就必须激发强烈的成就动机。这种成就动机越强烈，企业家的行为驱动力就越大。怎样激发企业家的成就动机呢？

首先，要把握个人的成就目标。个人的成就是目标是成就动机的外在诱因，并能转化为个体的内在成就动力。目标好比航行在大海中的轮船前进的方向，航海远行的人必先确定目的地，在它的指引下乘风破浪，才能达到成功的彼岸。其次，积极参与竞争，也是激发成就动机的重要途径。列宁曾经说过：“竞争在相当广阔的范围内培植进取心、毅力和大胆首创精神。”可以说竞争是推动人类社会向前发展和个人成长的推动力量。再次，内部动机与外部动机的结合。内部动机是指人的行动出自于自我激发。由于做某种事能引起兴趣，令人愉快，做这种事无须外力推动，它本身就是行动所追求的目标。外部动机是指推动行动的动机是由外力诱发出来的。通过一定的外力，如物质或精神的奖励作为推动力。实践说明，内部动机和外部动机都有重要意义，但只有两者很好地结合才能对企业家行为起最佳的推动作用。

### 二、培养职业兴趣

兴趣是指人们积极地接触、认识、探究某种事物和从事某种活动的心理倾向。古往今来，凡有成就者无不对自己的事业有强烈、浓厚的兴趣。怎样培养企业家的职业兴趣呢？

首先，培养职业兴趣要努力再努力。可以从以下几方面入手：珍重自己的职业兴趣和爱好；培养高尚的职业兴趣水平；积极参加提高职业能力的各种活动；多与职业兴趣浓厚的人交朋友，大家聚集在一起，互相交流思想和经验，互相促进，取长补短。其次，培养职业兴趣要集中再集中。我们常说，要建立广泛而有中心的兴趣，其本质是指围绕一个中心兴趣去发展与之相关的广泛兴趣，也就是说，中心第一，广泛第二。要达到中心兴趣的目标，就必须集中职业兴趣。怎样集中自己的职业兴趣呢？一是排除各种因素的干扰，要把兴趣和精力集中到一个焦点上，如入无人之境。二是升华自己的职业兴趣。职业兴趣的形成与发展，一般要经历“有趣——乐趣——志趣”的递进过程。有趣是出于对事物一种粗浅的认识，由好奇心产生，但不一定持久；乐趣是一种在有趣的基础上有所深化的兴趣，表现为较强的求知欲和渴望感，并在工作中有良好的情绪体验；志趣是指兴趣与志向的结合，也可称之为是一种钻研兴趣和创新兴趣，具有很高的自觉性和稳定性。当我们的职业兴趣升华之后，就会形成一种强大的前进动力。再次，职业兴趣的坚持再坚持。坚持职业兴趣，才能保证职业兴趣的集中再集中，才有可能达到奋斗目标。一个企业家要保持职业兴趣的持久性，除了要真正认识职业兴趣的重要性外，更主要的还是要使自己的职业兴趣提升到一个有益于国家、社会、人民的宏大志向上。中国有一句古话：“有志之人立常志，无志之人常立志。”我们要想“立常志”，就必须先做“有志之人”。

**确立积极态度**